



RADA PRE VYSIELANIE A RETRANSMISIU

Dobrovičova č. 8, 811 09 Bratislava

Rozhodnutie č. RP/087/2012
Správne konanie č.: 369-PLO/O-4822/2012

Bratislava dňa 18.12.2012
Doložka právoplatnosti:

R o z h o d n u t i e

Rada pre vysielanie a retransmisiu (ďalej len „Rada“) ako orgán príslušný podľa § 4 ods. 1 až 3 a § 5 ods. 1 písm. g) zákona č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon č. 308/2000 Z. z.“) postupom podľa ustanovenia § 71 zákona č. 308/2000 Z. z. rozhodla, že účastník správneho konania č. 369-PLO/O-4822/2012, vysielateľ MARKÍZA-SLOVAKIA, spol. s r.o.,

p o r u š i l

povinnosť ustanovenú v § 31a ods. 4 zákona č. 308/2000 Z. z. tým,

že na programovej službe TV MARKÍZA v programe *Televízne noviny* zo dňa 15.7.2012 vysielanom o cca 19:00 hod. odvysielal príspevok *Oddychujú a zarábajú* obsahujúci informácie o internetovej sprostredkovateľskej službe *www.tancovanie.eu*, cit.:

Jaroslav Zápala, moderátor: *„Dá sa povedať, že dovolenku v zahraničí si spestrujú zárobkom.“*

Michal Čierny, redaktor: *„Toto je Andy. Do zahraničia posiela každý rok desiatky Sloveniek a vraví, že práve v lete je záujem dievčat najväčší. Na Cyprus, do Mexika či Karibiku sa ženú za tým, aby si priniesli slušné peniaze a popri tom si aj dobre oddýchli.“*

Andy, majiteľ *tancovanie.eu*: *„Tie kočky majú celý deň voľno. Môžu ho tráviť tak ako bežní turisti, vylihovaním na pláži, môžu dospávať po nočnej, pretože samozrejme, práca v tanečných kluboch je nočná práca. Takže večer na siedmu, na ôsmu, niekde ešte podstatne neskôr, prídu do práce.“*
- na obrazovke sa zobrazí titulok identifikujúci osobu vyjadrujúcu sa na kameru - Andy, majiteľ *tancovanie.eu*. Titulok bol na obrazovke zobrazený cca 9 sekúnd.

Michal Čierny, redaktor: *„A za svoju námahu si v zahraničí dokážu zarobiť veľmi slušné peniaze.“*

Andy, majiteľ *tancovanie.eu*: *„Dievčatá, ktorým to tancovanie nepadne až tak úplne, tá práca, povedzme dvetisíc, dvetisícpäťsto eur, a kočky, ktorým tá robota naozaj sadne, si nosia päť, šesť, sedemtisíc eur za mesiac.“*

ktoré naplnili definíciu skrytej mediálnej komerčnej komunikácie podľa § 31a ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z.

za čo mu ukladá

podľa ustanovenia § 64 ods. 1 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z. **sankciu – pokutu**, určenú podľa § 67 ods. 5 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z. vo výške 10 000 €, slovom desaťtisíc eur.

Podľa § 64 ods. 5 zákona č. 308/2000 Z. z.: „*Uložením sankcie nezaniká povinnosť, za ktorej porušenie sa sankcia uložíla.*“

Podľa § 67 ods. 16 zákona č. 308/2000 Z. z. je pokuta splatná do 30 dní odo dňa nadobudnutia právoplatnosti rozhodnutia a je potrebné ju uhradiť na účet: 7000088921/8180, VS08712, KS6548.

O d ô v o d n e n i e

Podľa § 4 zákona č. 308/2000 Z. z., Rada je orgánom verejnej správy, ktorého prvoradým poslaním je presadzovať záujmy verejnosti, pričom dohliada na dodržiavanie právnych predpisov upravujúcich vysielanie a retransmisiu a vykonáva štátnu správu v oblasti vysielania a retransmisie v rozsahu vymedzenom cit. zákonom.

Do pôsobnosti Rady patrí aj ukladanie sankcií vysielateľom a prevádzkovateľom retransmisie, stanovených § 64 až 67 zákona č. 308/2000 Z. z., pričom na konanie podľa tohto zákona sa v súlade s § 71 zákona č. 308/2000 Z. z. vzťahuje zákon č. 71/1967 Zb. o správnom konaní v znení neskorších predpisov (ďalej len „správny poriadok“), s výnimkou § 49, § 53, § 54, § 56 až 68.

* * *

Rada na svojom zasadnutí dňa 25.9.2012 prijala uznesenie o začatí správneho konania voči vysielateľovi MARKÍZA-SLOVAKIA, spol. s r.o., vo veci možného porušenia **§ 31a ods. 4** zákona č. 308/2000 Z. z. v súvislosti s tým, že dňa 15.7.2012 v programe *Televízne noviny* o cca 19:00 hod. odvysielal príspevok *Oddychujú aj zarábajú* obsahujúci informácie o internetovej sprostredkovateľskej službe *www.tancovanie.eu*, ktoré mohli naplniť definíciu skrytej mediálnej komerčnej komunikácie podľa § 31a ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z.

Oznámenie o začatí správneho konania bolo účastníkovi konania doručené dňa 11.10.2012, na základe čoho sa toho dňa začalo správne konanie č. 369-PLO/O-4822/2012. Účastník konania bol súčasne vyzvaný, aby v lehote najneskôr do 10 dní od doručenia oznámenia v súlade s § 33 ods. 1 a § 34 ods. 3 zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní v znení neskorších predpisov (ďalej len „správny poriadok“) zaslal svoje stanovisko, prípadne navrhol dôkazy a vyjadril sa k podkladom pre rozhodnutie v predmetnom správnom konaní. Súčasne bol účastník konania upozornený, že pokiaľ svoje práva v stanovenej lehote nevyužije, Rada môže rozhodnúť vo veci aj bez jeho stanoviska, pokiaľ uzná, že podklady a dôkazy zhromaždené v správnom konaní sú dostačujúce podľa § 46 správneho poriadku.

Dňa 17.10.2012 bola Rade doručená žiadosť účastníka konania o zaslanie podkladov zhromaždených v správnom konaní - monitorovacej správy/ správy o šetrení sťažnosti a záznamu vysielania programu *Televízne noviny* zo dňa 15.7.2012 a o predĺženie lehoty na vyjadrenie.

Pracovný materiál Kancelárie Rady a záznam vysielania predmetného programu boli účastníkovi konania zaslané ako príloha listu č. 5332/2012, ktorý mu bol doručený dňa 25.10.2012, pričom mu bolo oznámené, že tento materiál nie je podkladom pre rozhodnutie a nie je ani súčasťou administratívneho spisu správneho konania. V písomnosti bol zároveň požiadaný, aby sa vyjadril do 3 dní odo dňa doručenia predmetného listu.

Vyjadrenie účastníka konania bolo Rade doručené dňa 7.11.2012 listom zaevidovaným pod č. 5592/2012.

Rada po získaní všetkých podkladov pre rozhodnutie a oboznámení sa s nimi v danej veci rozhodla dňa 18.12.2012.

Podkladmi pre toto rozhodnutie bol záznam vysielania programu *Televízne noviny* zo dňa 15.7.2012 o cca 19:00 hod., písomný prepis/popis skutkového stavu a vyjadrenie účastníka konania k predmetu správneho konania.

* * *

Podľa § 31a ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z.: „Skrytá mediálna komerčná komunikácia je zvuková, obrazová alebo zvukovo-obrazová informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby, ochrannú známku, obchodné meno alebo aktivity fyzickej osoby alebo právnickej osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť, ak vysielateľ alebo poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie túto informáciu v rámci programu zámerne využíva na propagačné účely a mohla by vzhľadom na svoju povahu viesť verejnosť do omylu o podstate tejto informácie. Táto informácia sa považuje za zámernú najmä vtedy, ak sa uskutočňuje za odplatu alebo za inú protihodnotu.“

Podľa § 31a ods. 4 zákona č. 308/2000 Z. z.:

„Skrytá mediálna komerčná komunikácia je zakázaná.“

Dňa 15.7.2012 odvysielal účastník konania v rámci programu *Televízne noviny* vysielaného o cca 19:00 hod. príspevok *Oddychujú aj zarábajú* s nasledovným obsahom.

Prepis/popis skutkového stavu:

Príspevok: *Oddychujú a zarábajú* (názov uvedený vo forme titulky umiestnenej v dolnej časti obrazovky počas doby trvania príspevku).

Prepis:

Jaroslav Zápala, moderátor: „V lete nemajú sezónu len hotely či kúpaliská, ale aj striptérky.“

Zlatica Puškárová, moderátorka: „Množstvo Slovencek si v lete zvykne privyrábať aj erotickým tancom. A kým v minulosti bolo o túto prácu záujem najmä na Slovensku, dnes sa naše dievčatá snažia dostať skôr do zahraničia. Asi vedia, prečo.“

Jaroslav Zápala, moderátor: „Dá sa povedať, že dovolenku v zahraničí si spestrujú zárobkom.“

Michal Čierny, redaktor: „Toto je Andy. Do zahraničia posiela každý rok desiatky Slovencek a vraví, že práve v lete je záujem dievčat najväčší. Na Cyprus, do Mexika či Karibiku sa ženú za tým, aby si priniesli slušné peniaze a popri tom si aj dobre oddýchli.“

Andy, majiteľ tancovanie.eu: „Tie kočky majú celý deň voľno. Môžu ho tráviť tak ako bežní turisti, vylihovaním na pláži, môžu dospávať po nočnej, pretože samozrejme, práca v tanečných kluboch je nočná práca. Takže večer na siedmu, na ôsmu, niekde ešte podstatne neskôr, prídu do práce.“
- na obrazovke sa zobrazí titulok identifikujúci osobu vyjadrujúcu sa na kameru - Andy, majiteľ tancovanie.eu. Titulok bol na obrazovke zobrazený cca 9 sekúnd.

Michal Čierny, redaktor: „A za svoju námahu si v zahraničí dokážu zarobiť veľmi slušné peniaze.“

Andy, majiteľ tancovanie.eu: „Dievčatá, ktorým to tancovanie nesadne až tak úplne, tá práca, povedzme dvetisíc, dvetisícpäťsto eur, a kočky, ktorým tá robota naozaj sadne, si nosia päť, šesť, sedemtisíc eur za mesiac.“

Michal Čierny, redaktor: „*To, že chcú v lete robiť striptérky viac v zahraničí, potvrdzuje aj majiteľ bratislavského striptízového klubu. No dodáva, že aj u nás sa to ešte stále opláti.*“

Paľo, majiteľ Cats Clubu: „*Určite sa bavíme o nejakých nadštandardných zárobkoch, to jest, sa bavíme o zárobku tisíc a viac. Ten strop prakticky v určitom smere neexistuje.*“
- na obrazovke sa zobrazí titulok identifikujúci osobu vyjadrujúcu sa na kameru - *Paľo, majiteľ Cats Clubu*. Titulok bol na obrazovke zobrazený cca 9 sekúnd.

Michal Čierny, redaktor: „*Obaja sa však zhodujú v tom, že táto práca má aj svoju temnú stránku. Nie vždy odstane iba pri tancovaní a dievčatá si privyrábajú aj sexom.*“

Paľo, majiteľ Cats Clubu: „*Nechcem to stopercentne potvrdiť, ale môj názor a dlhoročné skúsenosti to potvrdzujú asi.*“

Andy, majiteľ tancovanie.eu: „*Nikto to tým dievčatám robiť nezabráni. Čiže keď tie kočky niečo také robiť chcú, tak to robiť budú.*“

Michal Čierny, redaktor: „*A pravdou je aj to, že záujem o prácu striptérky v zahraničí stúpa podľa ľudí z tohto prostredia možno aj preto, že mnohé dievčatá dúfajú, že si tam nájdu aj sponzora, či dokonca manžela. Michal Čierny, televízia Markíza.*“

* * *

Predmetné správne konanie bolo začaté z dôvodu, že účastník konania odvysielal v rámci programu *Televízne noviny* vyjadrenia moderátora, redaktora príspevku a majiteľa sprostredkovateľskej domény *tancovanie.eu*, ktoré informovali o možnostiach vysokého zárobku prostredníctvom sprostredkovania práce touto doménou. Z tohto dôvodu vzniklo dôvodné podozrenie, že tieto informácie mohli naplniť definíciu skrytej mediálnej komerčnej komunikácie podľa § 31a ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z.

Z definície skrytej mediálnej komerčnej komunikácie podľa § 31a ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. vyplývajú nasledovné kritériá, ktoré musia byť kumulatívne naplnené na to, aby mohlo ísť o skrytú mediálnu komerčnú komunikáciu:

- a) **zvuková, obrazová alebo zvukovo-obrazová informácia,**
- b) **vysielateľ túto informáciu odvysielal v rámci programu,**
- c) **informácia priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby, ochrannú známku, obchodné meno,**
- d) **informácia je zámerne využívaná na propagačné účely,**
- e) **informácia by mohla vzhľadom na svoju povahu uviesť verejnosť do omylu o jej podstate.**

Zákon č. 308/2000 Z. z. ďalej uvádza dispozitívne kritérium odplatnosti takejto informácie (resp. uskutočňovania takejto informácie za protihodnotu), kedy **najmä** je možné považovať využívanie informácie na propagačné účely za zámerné.

Účastník konania v úvode svojho vyjadrenia uviedol teoretické vymedzenie pojmov „skrytá mediálna komerčná komunikácia“, „reklama“ a „informačný“ a **základnú hranicu medzi reklamným a iným – informačným spôsobom komunikovania** smerom k recipientom s prihliadnutím na definíciu skrytej mediálnej komerčnej komunikácie **vymedzil nasledovne**, cit.: „*Kde je teda hranica medzi bežnou informovanosťou a reklamou - reklama je taktiež informácia, ale uskutočnená špecifickým spôsobom. Prvá časť definície reklamy podľa § 31a zákona o vysielaní a retransmisii je na uvedené rozlíšenie nepoužiteľná, až odplatnosť tohto oznámenia uvedená v ďalšom texte „...sprevádza za odplatu alebo obdobnú protihodnotu ...“ je prvým rozlišovacím kritériom, o ktorý sa možno oprieť. Druhým kritériom by mala byť samotná forma uskutočnenia verejného oznámenia.*“

Následne cituje z p. Hajna – Jak jednat v boji s konkurencí, Praha, Linde 1996, a uvádza:

„Pri rozlíšení medzi právom na informácie realizovaným buď vecným alebo reklamným informovaním je teda dôležitý spôsob podania týchto informácií a použitie, resp. nepoužitie reklamných techník pri celkovom spracovaní.“

Na základe uvedeného teoretického rozboru dospel účastník konania k záveru, cit.:

„Príspevok zo dňa 15.07.2012 odvysielaný v čase cca o 19,20 hod v relácii Televízne noviny neobsahoval reklamné a propagačné prvky v rozsahu, ktorý by odôvodňoval predpoklad, že sa v danom prípade jednalo výlučne o propagáciu podnikateľského subjektu s názvom tancovanie.eu . Príspevok mal byť a bol informáciou o skutočnosti, že mnohé mladé dievčatá odchádzajú za prácou do zahraničia, pričom sa jedná o tento konkrétny, nie celkom bežný, typ práce, teda ide o prácu striptérky. Odznali informácie o nebezpečenstvách, ktoré takáto práca prináša v nadväznosti na určité výhody finančného charakteru.

V príspevku bola dotýčná sprostredkovateľská agentúra uvedená marginálne, a to len vizuálne 1x v titulku pri predstavovaní jej majiteľa, ktorý v príspevku fungoval ako respondent.

Máme za to, že týmto ojedinelým prejavom, ktorý by v rámci výkladu zákona bolo možné považovať za propagačný prejav vzhľadom na subjekt tancovanie.eu , nemohol byť s ohľadom na rozsah a samotný obsah príspevku, porušený princíp prevažne informačného charakteru príspevku, a v dôsledku odvysielania ktorého by teda celý príspevok mal mať charakter propagácie, a teda v danom prípade skrytej mediálnej komerčnej komunikácie.“

Ako vyplýva z nižšie uvádzaného rozboru informácií o internetovej sprostredkovateľskej službe *www.tancovanie.eu* odvysielaných v rámci programu *Televízne noviny* a spôsobu, akým boli odvysielané a relevantnej právnej úpravy, nie je možné stotožniť sa so záverom účastníka konania, že odvysielané informácie nenaplnili definíciu skrytej mediálnej komerčnej komunikácie.

Ad a)

Skrytá mediálna komerčná komunikácia má byť zvuková, obrazová alebo zvukovo-obrazová informácia. Je nesporné, že odvysielané informácie toto definíčné kritérium naplnili, keďže sa jednalo o príspevok v televíznom vysielaní, v ktorom boli recipinetom sprostredkované informácie obrazom i zvukom súčasne.

Ad b)

Rovnako druhé kritérium bolo nesporne naplnené, nakoľko informácie o internetovej sprostredkovateľskej službe *www.tancovanie.eu* boli odvysielané v programe *Televízne noviny* ako jeden z príspevkov.

Ad c)

Definícia skrytej mediálnej komerčnej komunikácie obsahuje kritérium, podľa ktorého zverejnená informácia *„priamo alebo nepriamo propaguje....“* resp. vysielateľ alebo poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie ju *„využíva na propagačné účely“*. Rada v rámci svojej rozhodovacej činnosti vo viacerých svojich rozhodnutiach prijala záver, že toto kritérium bude naplnené v prípade, že informácia *„plní reklamný účel“*.

Obsah pojmu „reklamný účel“ je ustálený konštantnou judikatúrou Rady ako aj Najvyššieho súdu SR. Za preukázaný je považovaný najmä vtedy, keď *„komerčný charakter prezentovaných informácií spočíval v kvalitatívnom hodnotení služieb a tovarov prezentovaných podnikateľských subjektov, čím bol priamo podporovaný ich predmet podnikania“* resp., že *„uvedeným obchodných mien a produktov menovaných spoločností spolu s kvalitatívne pozitívnym hodnotením jednoznačne došlo minimálne k priamej, pripomínajúcej, imidžovej event. uvádzacej propagácii v rámci programu.“*

Rada, ako aj Najvyšší súd SR teda považuje za naplnenie reklamného účelu spôsob spracovania programu, ktorý bol jednoznačne propagačný — reklamný. K takémuto stavu dochádza najmä v prípade, ak je vizuálna prezentácia tovaru či služby sprevádzaná komentármi v pozitívnom svetle vyzdvihujúcimi jeho/jej kvality a prednosti.

Predmetný príspevok bol v celom svojom obsahu venovaný prezentácii možnosti vysokého zárobku, pričom tento je možné dosiahnuť jednoduchým spôsobom a navyše je spojený s veľmi príjemným trávením času.

Príspevok obsahoval informácie o exotických dovolenkových destináciách, v ktorých internetová služba sprostredkúva prácu a z ktorých si jej klientky popri oddychovaní dokážu doniesť vysoké zárobky:

„... Na Cyprus, do Mexika či Karibiku sa ženú za tým, aby si priniesli slušné peniaze a popri tom si aj dobre oddýchli.“

Taktiež obsahoval informácie o spôsobe vykonávania sprostredkovanej práce a možnostiach trávenia voľného času, pričom trávenie voľného času bolo prirovnané k bežnej dovolenke.

„Tie kočky majú celý deň voľno. Môžu ho tráviť tak ako bežní turisti, vylihovaním na pláži, môžu dospávať po nočnej, pretože samozrejme, práca v tanečných kluboch je nočná práca. Takže večer na siedmu, na ôsmu, niekde ešte podstatne neskôr, prídu do práce.“

Následne boli uvedené informácie o približnom mesačnom zárobku za sprostredkovanú prácu, pričom tento bol vzhľadom na priemernú mzdu v národnom hospodárstve SR vysoko nadštandardný:

„A za svoju námahu si v zahraničí dokážu zarobiť veľmi slušné peniaze.....Dievčatá, ktorým to tancovanie nepadne až tak úplne, tá práca, povedzme dvetisíc, dvetisícpäťsto eur, a kočky, ktorým tá robota naozaj sadne, si nosia päť, šesť, sedemtisíc eur za mesiac.“

Uvedené informácie boli nepochybne výrazne pozitívnymi informáciami o službách sprostredkovaných internetovou službou www.tancovanie.eu.

V príspevku bolo tiež v titulku uvedené webové sídlo sprostredkovateľskej agentúry predstavený jej majiteľ:

„To je Andy. Do zahraničia posiela každý rok desiatky Slovieniek a vraví, že práve v lete je záujem dievčat najväčší.“ ... na obrazovke sa zobrazí titulok identifikujúci osobu vyjadrujúcu sa na kameru - Andy, majiteľ [tancovanie.eu](http://www.tancovanie.eu). Titulok bol na obrazovke zobrazený cca 9 sekúnd.

Rovnako moderátor programu *Televízne noviny* sa k prezentovanej téme vyjadril v pozitívnom zmysle, keď vyslovil tézu, že práca sprostredkovaná agentúrou [tancovanie.sk](http://www.tancovanie.sk) je v podstate dovolenkou, ktorá navyše prináša benefit v podobe zárobku:

„Dá sa povedať, že dovolenku v zahraničí si spestrujú zárobkom.“

Odvysielanie informácií v takomto rozsahu, ktoré sa týkajú konkrétneho subjektu, pričom jeho služby prezentujú vo vysoko pozitívnom svetle, pôsobia na recipienta vo vzťahu k službám tohto subjektu nepochybne propagačne.

Na základe uvedeného nie je možné stotožniť sa s tvrdením účastníka konania, že predmetný príspevok mal mať prevažne informačný charakter.

Zároveň je potrebné poukázať aj na spôsob spracovania predmetného príspevku. Ako uznáva vo svojom vyjadrení aj účastník konania pri posudzovaní, či odvysielané informácie sú skrytou mediálnom komerčnou komunikáciou je potrebné zohľadniť aj formu ich spracovania, resp. „*spôsob podania*“. Ten, ako je uvedené vyššie, spočíval práve v odvysielaní informácií, ktoré mali vo vzťahu k službám agentúry veľmi pozitívny charakter, čím fakticky tieto služby propagoval.

Účastník konania považuje za jedno z dvoch rozlišovacích kritérií medzi bežným informovaním a propagovaním odplatosť oznámenia, cit.: „*Prvá časť definície reklamy podľa § 31a zákona o vysielaní a retransmisii je na uvedené rozlíšenie nepoužiteľná, až odplatosť tohto oznámenia uvedená v ďalšom texte „...sprevádza za odplatu alebo obdobnú protihodnotu ...“ je prvým rozlišovacím kritériom*“.

Propagačnú hodnotu odvysielaných informácií nie je možné odvodzovať od toho, či bolo odvysielané za odplatu. Propagačná hodnota odvysielaných informácií vyplýva z ich obsahu a spôsobu spracovania. Používanie superlatív, extenzívneho opisu, porovnávania, vyzdvihovania, poukazovanie

na kladné charakteristiky produktu alebo služby je možné označiť za ich propagovanie. Rovnako spôsob spracovania informácií, pri ktorom, hoci bez uvedenia superlatív, je recipientom služba alebo tovar prezentovaná ako atraktívna, možno označiť za propagačný, a to aj bez zisťovania existencie odplatnosti.

Zo skutkového stavu je zrejmé, že súhrn informácií, ktoré opisovali prácu sprostredkovanú agentúrou www.tancovanie.eu a podmienky, za ktorej je vykonávaná, a vykresľovali ju jednoznačne pozitívne, nepochybne nadobudol propagačný charakter. Je teda možné konštatovať, že príspevok priamo uvedenú agentúru a jej služby propagoval.

Toto kritérium je preto rovnako naplnené.

Ad d)

Ďalším pojmovým znakom skrytej mediálnej komerčnej komunikácie je kritérium zámernosti využívania informácií na propagačné účely. Kritérium zámernosti využívania informácie na reklamný účel považovala Rada pri skrytej reklame za naplnené v prípade, že informácia mala reklamný/komerčný charakter a program, v ktorom bola zaradená, bol redakčne zostavovaný dopredu.

Uvedené vyplýva aj z konštantnej judikatúry NS SR.

Rozsudkom vydanom v konaní 4 SŽ 101/01 NS SR judikoval: *„Keď spracovanie programu a v ňom použité výrazové prostriedky smerujú k propagácii, nemožno hovoriť, že ide o náhodné mimovoľné účinky, o ktorých vysielateľ zodpovedajúci za obsah nevedel alebo nemohol vedieť“*

Rozsudkom č. 6 SŽ 15/2011: *„Zámernosť využívania informácií na reklamné účely bola naplnená tým, že program bol redakčne zostavovaný dopredu.“*

Rozsudkom č. 6 SŽ 19/2010: *„Podľa názoru súdu odporkyňa tiež správne vyhodnotila splnenie ďalšej podmienky skrytej mediálnej komerčnej komunikácie, keď konštatovala, že odvysielaním predmetného príspevku, bola naplnená aj podmienka definície skrytej komerčnej komunikácie, spočívajúcej v zámernosti využívania informácie na propagačný účel a v možnosti vzhľadom na svoju povahu uviesť verejnosť do omylu o podstate tejto informácie. Príspevok bol odvysielaný v rámci programu Správy, ktorý bol zostavovaný vopred, z ktorej skutočnosti vyplýva, že navrhovateľ ako vysielateľ zostavoval skladbu tohto programu dopredu a teda ju aj ovplyvňoval, z čoho vyplýva záver zámernosti prípravy a využitia obrazovej a zvukovej informácie v odvysielanom príspevku na propagačný účel.“*

Rozsudkom č. 5 SŽ 13/2009: *„Odporkyňa sa v rozhodnutí správne vypořádala aj so štvrtým kritériom zámernosti využívania informácie na reklamný účel, keď vychádzala vo svojom rozhodnutí z doterajšej rozhodovacej činnosti Najvyššieho súdu Slovenskej republiky, uviedla, že prezentované informácie boli pripravované redakčne dopredu, pričom nie je zákonnou podmienkou skutočnosť, že takáto informácia musí byť bezpodmienečne odvysielaná za odplatu.“*

V posudzovanom prípade sa jednalo o program vysielaný v priamom prenose. Vysielanie samotné teda nie je pripravované redakčne dopredu. Jednotlivé príspevky a reportáže sú však vysielané zo záznamu, sú teda vyrábané a upravované pred začatím vysielania programu, teda redakčne vopred.

Účastník konania preto nepochybne mohol ovplyvniť obsah informácií prezentovaných v príspevku predtým, ako bol zaradený do vysielania.

Vychádzajúc z definície skrytej mediálnej komerčnej komunikácie obsiahnutej v zákone č. 308/2000 Z. z. je zrejmé, že na naplnenie jedného zo znakov skrytej mediálnej komerčnej komunikácie – zámernosti využívania informácie na propagačný účel, je kritérium odplatnosti uvedené iba exemplifikatívne, to znamená, že na posúdenie zámernosti využitia informácie na propagačné účely, nie je nevyhnutné tento znak preukazovať.

Pokiaľ ho teda účastník konania uvádza vo výpočte kritérií, ktoré musia byť kumulatívne naplnené pre naplnenie definície skrytej mediálnej komerčnej komunikácie, vychádza z nesprávneho predpokladu.

Z uvedených dôvodov považovala Rada kritérium zámernosti bolo v tomto prípade naplnené.

Ad e)

Pri skrytej mediálnej komerčnej komunikácii je možnosť uvedenia diváka, resp. poslucháča do omylu obsiahnutá v samotnej podstate informácie využívanej na propagačný účel. Táto skutočnosť je daná tým, že informácia sa vyskytne v rámci programu, o ktorom divák, resp. poslucháč nemôže vedieť, že sa v ňom takéto informácie budú nachádzať.

Posudzovaný program je spravodajským programom. Je teda prirodzené, že recipient v takomto programe očakáva informácie spravodajského charakteru, ktoré majú určitú výpovednú faktickú hodnotu. V predmetnom prípade recipient dostal zvukové a obrazové informácie o názve sprostredkovateľskej agentúry, jej službách, pracovných podmienkach a mzdách. Tieto informácie boli sprevádzané pozitívnymi hodnotiacimi komentármi, ktoré vyzdvihovali atraktivitu takejto práce. Ako je uvedené vyššie, súhrn prezentovaných informácií mal jednoznačne propagačný charakter. Recipient preto mohol byť uvedený do omylu o podstate predmetných zvukových a obrazových informácií.

Vzhľadom na skutočnosť, že boli kumulatívne naplnené všetky definičné kritériá skrytej mediálnej komerčnej komunikácie podľa ustanovenia § 31a ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. Rada rozhodla, že účastník konania sa svojim konaním dopustil porušenia povinnosti ustanovenej v § 31a ods. 4 zákona č. 308/2000 Z. z.

* * *

Pri právnických osobách sa zodpovednosť za správne delikty zakladá zásadne bez ohľadu na zavinenie (objektívna zodpovednosť za správny delikt).

Táto zásada platí aj v prípade zákona č. 308/2000 Z. z. ako aj v prípade správneho poriadku, ktoré nevyžadujú pri preukázaní, či došlo k správne deliktu dokazovať zavinenie, alebo dokonca úmyselné konanie. Podstatné je iba to, či k porušeniu zákona objektívne došlo, alebo nie. Tomu, že sa v tomto prípade nielenže nedokazuje zavinenie, ale ani sa nerozlišuje medzi zavinením úmyselným alebo neobmyšľaným, svedčí aj skutočnosť, že ani jeden z cit. zákonov neobsahuje tzv. liberačné dôvody, ktoré by umožnili zbaviť sa zodpovednosti za správny delikt.

Okolnosti, za ktorých došlo k porušeniu zákona, môžu byť zohľadnené pri ukladaní druhu sankcie, ale nie sú dôvodom na zastavenie správneho konania.

Podľa ustanovenia § 64 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z.: „Sankciu podľa odseku 1 písm. d) rada uloží, ak vysielateľ, prevádzkovateľ retransmisie, poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie alebo právnická osoba alebo fyzická osoba podľa § 2 ods. 3 a 4 aj napriek písomnému upozorneniu rady opakovanne porušila povinnosť. Rada uloží pokutu bez predchádzajúceho upozornenia, ak bola porušená povinnosť uložená v § 19. Rada môže uložiť pokutu aj bez predchádzajúceho upozornenia, ak bola porušená povinnosť uložená v § 16 ods. 2 písm. a) a c), ods. 3 písm. k), § 20 ods. 1 a 3, § 30, ako aj v prípade vysielania bez oprávnenia [§ 2 ods. 1 písm. b)] alebo prevádzkovania retransmisie bez oprávnenia [§ 2 ods. 1 písm. e)].“

Nakoľko je ustanovenie § 64 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. prvá veta kogentným ustanovením, Rada je povinná pri ukladaní druhu sankcie skúmať predchádzajúce porušenia rovnakej povinnosti účastníkom konania ustanovenej zákonom č. 308/2000 Z. z.

V prípade, že už bola účastníkovi konania uložená za porušenie ustanovenia § 31a ods. 4 zákona č. 308/2000 Z. z. (do 14.12.2009 povinnosti podľa § 32 ods. 12 zákona č. 308/2000 Z. z.) sankcia - upozornenie na porušenie zákona, Rada uloží sankciu vo forme pokuty, pričom pri rozhodovaní o jej výške zohľadní závažnosť a okolnosti za akých k správne deliktu došlo.

Účastník konania bol od účinnosti zákona č. 308/2000 Z. z. za porušenie zákazu vysielat' skrytú reklamu (§ 32 ods. 12 zákona č. 308/2000 Z. z. účinného do 14.12.2009) sankcionovaný právoplatným rozhodnutím Rady. Rozhodnutím Rady RP/57/2007 bola účastníkovi konania uložená sankcia – pokuta vo výške 200.000,- Sk (t. j. 6.638,78,- €) za to, že dňa 27.03.2010 odvysielal v spravodajskom

programe *Televízne noviny* príspevok *Od snov k realite*, obsahujúci informácie, ktoré naplnili definíciu skrytej reklamy. Toto rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 06.02.2008.

Rozhodnutím č. RP/01/2009 zo dňa 13.01.2009 bola účastníkovi konania za porušenie zákazu vysielateľ skrytú reklamu (§ 32 ods. 12 zákona č. 308/2000 Z. z. účinného do 14.12.2009) uložená sankcia – pokuta vo výške 7.000,- € za to, že dňa 22.08.2008 odvysielal v programe *Teleráno* informácie týkajúce sa mobilného telefónu *iPhone 3G*, ktoré naplnili definíciu skrytej reklamy. Toto rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 04.07.2009.

Rozhodnutím č. RP/35/2010 zo dňa 06.07.2010 bola účastníkovi konania za porušenie zákazu vysielateľ skrytú mediálnu komerčnú komunikáciu uložená sankcia – pokuta vo výške 10.000,- € za to, že dňa 22.01.2010 o cca 19:00 hod. odvysielal v programe *Televízne noviny* príspevok *Miss Slovensko 2010*, obsahujúci informácie o pripravovanom programe *Miss Slovensko 2010*, ktoré naplnili definíciu skrytej mediálnej komerčnej komunikácie. Toto rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 21.01.2011.

Nakoľko ide v tomto prípade o opakované porušenie povinnosti ustanovenej v § 31a ods. 4 zákona č. 308/2000 Z. z. (do 14.12.2009 povinnosti podľa § 32 ods. 12 zákona č. 308/2000 Z. z.) Rada uložila za toto porušenie sankciu podľa ustanovenia § 64 ods. 1 písm. d) zákona č. 308/2000 Z. z. – pokutu, určenú podľa § 67 ods. 5 písm. a) zákona č. 308/2000 Z. z.

Podľa ustanovenia § 64 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z.:

„Pokutu rada určí podľa závažnosti veci, spôsobu, trvania a následkov porušenia povinnosti, miery zavinenia a s prihliadnutím na rozsah a dosah vysielania, poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie a retransmisie, získané bezdôvodné obohatenie a sankciu, ktorú už prípadne uložil samoregulačný orgán pre oblasť upravenú týmto zákonom v rámci vlastného samoregulačného systému.“

Rada pri určovaní výšky sankcie vzala do úvahy najmä:

- **rozsah a dosah vysielania** – účastník konania je multiregionálnym vysielateľom. Táto skutočnosť vyjadruje podľa § 3 písm. q) zákona č. 308/2000 Z. z. percentuálne pokrytie vysielania účastníka konania a teda vyjadruje koľko potenciálnych recipientov je spôsobilých vnímať príp. porušenie povinností ustanovených v zákone č. 308/2000 Z. z. V prípade účastníka konania ide o vysielanie, ktoré pokrýva viac regiónov a ktoré môže prijímať viac ako 30% a menej ako 80% obyvateľov,
- **miera zavinenia** – účastník konania je za porušenie predmetného ustanovenia zodpovedný bez ohľadu na zavinenie (objektívna zodpovednosť za správny delikt), podstatné je len to, či k porušeniu zákona objektívne došlo alebo nie. Je tiež potrebné upozorniť na skutočnosť, že ako vyplýva z vyššie uvedeného, účastník konania bol za porušenia predmetného ustanovenia zákona sankcionovaný už v minulosti a teda mohol vedieť, že svojím konaním môže porušiť alebo ohroziť záujem chránený zákonom č. 308/2000 Z. z.,
- **trvanie a následky porušenia povinnosti** – pri predmetnom správnom delikte nejde o trvácí správny delikt, nakoľko k spáchaní správneho deliktu došlo jednotlivým odvysielaním programu. Následkom porušenia zákazu vysielania skrytej mediálnej komerčnej komunikácie je stav, kedy účastník konania vystavil recipienta prijímaniu komerčných informácií bez toho, aby bol recipient o tejto skutočnosti informovaný. Týmto konaním ho mohol uviesť do omylu o podstate vysielaných informácií. Recipient tak bol vystavený propagačnému tlaku, ktorý nemohol v sledovanom vysielaní očakávať, navyše spôsobom, ktorý zákon č. 308/2000 Z. z. zakazuje,
- **závažnosť správneho deliktu** – Rada dospela k záveru, že účastník konania svojím konaním porušil výslovný zákaz vysielania konkrétneho obsahu stanoveným § 31a ods. 4 zákona č. 308/2000 Z. z. Rada prihliadla na skutočnosť, že účastník konania sa dopustil takéhoto konania už viackrát v minulosti, v dôsledku čoho uložila účastníkovi konania sankciu vo výške 10 000 €. Výška sankcie nevybočuje zo zákonom stanoveného rozpätia a je uložená blízko jej spodnej hranice.

Ďalšie kritérium pre určenie výšky pokuty v zmysle § 64 ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z., ktorým je **spôsob porušenia povinnosti** účastníkom konania, je predmetom výroku tohto rozhodnutia, ako aj jeho samotného odôvodnenia. Spôsob, akým účastník konania porušil povinnosť ustanovenú v § 31a ods. 4 zákona č. 308/2000 Z. z. spočíva v odvysielaní informácií, ktoré naplnili definíciu skrytej mediálnej komerčnej komunikácie podľa § 31a ods. 3 zákona č. 308/2000 Z. z. v rámci príspevku *Oddychujú a zarábajú* v programe *Televízne noviny* zo dňa 15.7.2012

Zo skutkového stavu, ako aj z informácií, ktorými disponuje Rada jednoznačne a preukázateľne nevyplýva, že pri naplnení skutkovej podstaty tohto správneho deliktu **došlo k získaniu bezdôvodného obohatenia**, a teda uvedená skutočnosť v konečnom dôsledku nemala vplyv na určenie výšky pokuty. Rada vzala do úvahy najmä fakt, že k samotnému porušeniu povinnosti došlo, ako aj fakt, že sa jednalo o opakované porušenie tejto povinnosti, jeho závažnosť, následky, mieru zavinenia a rozsah a dosah vysielania účastníka konania.

Rada pri určovaní výšky pokuty nemohla prihliadnuť na **sankciu uloženú samoregulačným orgánom**, nakoľko samoregulačný orgán pôsobiaci pre túto oblasť neexistuje.

Na základe vyššie uvádzaných skutočností Rada rozhodla tak, ako je uvedené vo výroku tohto rozhodnutia a výšku uloženej sankcie v rámci zákonom stanoveného rozpätia považuje za plne odôvodnenú.

Poučenie

V zmysle § 64 ods. 6 zákona č. 308/2000 Z. z. sa proti tomuto rozhodnutiu možno odvolať na Najvyšší súd Slovenskej republiky v lehote do 15 dní odo dňa doručenia tohto rozhodnutia.

Rozhodnutie je preskúmateľné súdom podľa § 247 a nasl. OSP.

* * *

Toto rozhodnutie sa vydáva v troch rovnopisoch:

1x účastník konania spoločnosť MARKÍZA-SLOVAKIA, spol. s r.o.

2x Rada pre vysielanie a retransmisiiu

Prof. Miloš Mistrík
Predseda
Rady pre vysielanie a retransmisiiu